



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
تخصص: اقتصاد نقدي ومالي
بعنوان:

المنصة الالكترونية Suplxy للتجارة الالكترونية

جدول اعضاء هيئة المناقشة

رئيسا	جامعة غرداية	استاذ	بن ساحة علي
مشرفا ومقررا	جامعة غرداية	استاذ	عمي سعيد حمزة
مشرفا، مساعدا	جامعة غرداية	محاضراً	عباس بو هريرة
مناقشا	جامعة غرداية	محاضراً	نصيب اميرة
مناقشا	ممثل عن حاضنة الاعمال	محاضراً	عنيشل عبد الله
مناقشا	ممثل عن الشريك الاقتصادي	/	لمين الشرع

الموسم الجامعي: 2025-2026



بطاقة معلومات

حول فريق الاشراف وفريق العمل

1. فريق الاشراف :

المشرف الرئيسي	د.عمي سعيد حمزة
المشرف المساعد الاول	د.عباس ابو هريرة
المشرف المساعد الثاني	د. صلاح الدين نعاس

2. فريق العمل:

التخصص	اسم ولقب الطالب
ماستر نقدي و مالي	بوحادة خديجة

فهرس المحتويات

المحور الاول: تقديم تطبيق Suplxy

1. فكرة Suplxy (الحل المقترح).....
 2. القيم المقترحة لتطبيق Suplxy.....
 3. فريق عمل تطبيق Suplxy.....
 4. اهداف تطبيق Suplxy.....
- المحور الثاني: الجوانب الابتكارية لتطبيق Suplxy
- 1- طبيعة الابتكارات.....
 - 2- مجالات الابتكارات.....
- المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق
- 1- عرض القطاع السوقي.....
 - 2- قياس شدة المنافسة.....
 - 3- الاستراتيجية التسويقية لتطبيق Suplxy.....
- المحور الرابع: الية عمل وتنظيم تطبيق Suplxy
- 1- مرحلة تشغيل Suplxy وتقديم الخدمة.....
 - 2- مرحلة اقتناء الخدمات والموارد التقنية.....
 - 3- اليد العاملة في تطبيق Suplxy.....
 - 4- الشراكات الرئيسية لتطبيق SUPPLXY.....
- المحور الخامس: الخطة المالية لتطبيق Suplxy
- 1- التكاليف والاعباء.....
 - 2- رقم الاعمال.....
 - 3- جدول حسابات النتائج المتوقع.....
 - 4- خطة الخزينة.....

المحور الاول: تقديم Suplxy

فكرة Suplxy (الحل المقترح):

تطبيق Suplxy ينشط في مجال التجارة الالكترونية B2B, حيث يهدف الى ربط تجار الجملة مع تجار التجارة الالكترونية ضمن منصة رقمية واحدة تسهل عملية عرض وطلب المنتجات واعادة بيعها عبر الانترنت.

بدات فكرة Suplxy من ملاحظة وجود فجوة في السوق بين:

- ✓ تجار الجملة الذين يملكون المنتجات بكميات واسعار تنافسية.
 - ✓ تجار التجارة الالكترونية الذين يحتاجون الى مصادر ثابتة وسريعة للمنتجات.
- ومع ذلك كانت ولا تزال العملية تتم بشكل تقليدي عبر التنقل الى الاسواق او وسائل غير منظمة (علاقات، مجموعات تواصل).

تطورت الفكرة من مجرد حل بسيط للتواصل الى منصة رقمية منظمة تسمح ب:

- ✓ عرض منتجات التجارة الالكترونية النادرة او صعبة الحصول (تشكل تكلفة لممارسي التجارة الالكترونية).
- ✓ تسهيل الوصول اليها من طرف تجار التجارة الالكترونية.
- ✓ تنظيم العلاقة التجارية بين الطرفين بطريقة منظمة.

يقوم تطبيق Suplxy ب:

- ✓ ربط تجار الجملة مع التجار الالكترونية في منصة واحدة
- ✓ تمكين تجار الجملة من عرض منتجاتهم وكمياتهم وأسعارهم
- ✓ تمكين تجار التجارة الإلكترونية من اختيار المنتجات وإعادة بيعها
- ✓ تسهيل عملية الطلب والتواصل بين الطرفين
- ✓ توفير نظام اشتراك للوصول إلى مزايا متقدمة داخل التطبيق.

يتم ذلك من خلال :

❖ تطبيق موبايل موجه لـ Android وفي المستقبل iOS

❖ واجهة مزدوجة

❖ واجهة لتجار الحملة لإضافة المنتجات

❖ واجهة لتجار التجارة الإلكترونية للتصفح والطلب

❖ نظام تصنيف المنتجات حسب النوع والسعر والكميات

❖ نظام تواصل مباشر بين الطرفين داخل التطبيق

❖ قاعدة بيانات منظمة لإدارة العروض والطلبات

يتم إنجاز المشروع من خلال:

إنجاز مشروع Suplxy من خلال تطوير وحدة رقمية إنتاجية (Digital Platform) تعتمد على أحدث التقنيات في مجال تطوير التطبيقات والمنصات الإلكترونية، والتي تسمح بربط تجار الحملة بتجار التجارة الإلكترونية داخل نظام رقمي متكامل.

وتعتمد هذه الوحدة على:

❖ استخدام تقنيات تطوير تطبيقات الموبايل (Android Studio / Mobile

Development Frameworks)

❖ بناء قاعدة بيانات حديثة ومنظمة لإدارة المنتجات والطلبات

❖ اعتماد أنظمة اتصال وتواصل رقمية بين المستخدمين داخل المنصة

❖ توظيف أدوات التحليل الرقمي لتحسين تجربة المستخدم وتطوير الأداء

❖ كما تعتمد هذه الوحدة على المحتوى التجاري الرقمي (المنتجات والعروض) المقدم من طرف تجار الحملة،

باعتباره المادة الأساسية داخل المنصة، بدل المواد الأولية التقليدية.

الهدف من هذه الوحدة هو إنشاء منصة رقمية ذكية تسهل عمليات العرض والطلب وتدعم التحول الرقمي في التجارة الإلكترونية.

كما ان طبيعة المشروع الرقمية لا تتطلب موقعاً إنتاجياً تقليدياً، بل تعتمد على بيئة عمل تقنية مرنة تسمح بالتطوير والمتابعة المستمرة.

وعليه فإن المشروع يمكن تطويره وتشغيله من أي مكان، مع إمكانية توسيعه مستقبلاً داخل حاضنات أعمال أو مراكز دعم المؤسسات الناشئة

1- القيم المقترحة لتطبيق Suplxy

يمكن أن تنشأ القيمة المقترحة لتطبيق Suplxy من خلال عدة عناصر أساسية، أهمها:

- **الحداثة:** يقدم التطبيق حلاً مبتكراً في السوق الجزائرية من خلال ربط تجار الجملة بممارسي التجارة الإلكترونية عبر منصة رقمية متخصصة.
- **الأداء:** يساهم في تسريع عملية البحث عن المنتجات والموردين المناسبين، مما يحسن كفاءة العمليات التجارية ويوفر الوقت والجهد للمستخدمين.
- **التكيف:** يتيح للمستخدمين اختيار المنتجات والموردين وفقاً لاحتياجاتهم ومتطلبات نشاطهم التجاري.
- **إنجاز المهمة:** يساعد ممارسي التجارة الإلكترونية على العثور على منتجات مناسبة للتسويق والبيع والوصول بسهولة إلى تجار الجملة.
- **خفض التكاليف:** يقلل من تكاليف البحث عن الموردين والمنتجات ويحد من مصاريف النقل والتواصل التقليدي.
- **الحد من المخاطر:** يساهم في تقليل مخاطر التعاملات التجارية من خلال توفير بيئة رقمية منظمة تجمع مختلف الأطراف التجارية.
- **سهولة الوصول والاستعمال:** يتيح الوصول إلى الموردين والمنتجات في أي وقت ومن أي مكان عبر واجهة رقمية سهلة الاستخدام.

2- أهداف تطبيق Supplyx:

أ. الهدف التجاري :

دعم وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال ربط تجار الجملة بممارسي التجارة الإلكترونية عبر منصة رقمية متكاملة لتوفير منتجات التجارة الإلكترونية بشكل أسرع وأكثر تنظيماً

ب. أهداف Supplyx:

1. أهداف Supplyx قصيرة المدى (1-2 سنة):

- إطلاق منصة فعّالة لتسهيل عمليات تبادل منتجات التجارة الإلكترونية بين تجار الجملة وممارسي التجارة الإلكترونية.
- بناء شبكة أولية من الفاعلين في التجارة الإلكترونية (تجار جملة + بائعين إلكترونيين).
- ضمان تدفق أولي للمنتجات وتسجيل أول العمليات التجارية عبر المنصة.
- تحسين تجربة الاستخدام وتسهيل الوصول إلى المنتجات والطلبات.

2. أهداف Suplxy متوسطة المدى (3 سنوات)

- توسيع قاعدة ممارسي التجارة الإلكترونية على المستوى الوطني.
- تعزيز الشراكات مع عدد أكبر من تجار الجملة لزيادة تنوع منتجات التجارة الإلكترونية.
- رفع حجم المعاملات الرقمية داخل منظومة التجارة الإلكترونية.
- تطوير خدمات مساعدة مثل إدارة الطلبات، تتبع المنتجات، وتحسين سلسلة التوزيع.

3. أهداف Suplxy طويلة المدى (5 سنوات)

- ترسيخ مكانة المشروع كمنصة رائدة في دعم التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- تحقيق تكامل شامل بين تجار الجملة وممارسي التجارة الإلكترونية على مستوى وطني.
- تنويع وتوسيع قاعدة منتجات التجارة الإلكترونية المتاحة داخل المنصة.
- الوصول إلى أعلى مستويات الكفاءة في تنظيم وتسيير العمليات التجارية الرقمية.

هدف الاستراتيجي للحصة السوقية

- الوصول إلى 35% من سوق التجارة الإلكترونية خلال 5 سنوات.

يتم احتساب هذه النسبة بناءً على حجم المعاملات الرقمية التي تنفذ عبر المنصة مقارنة بإجمالي نشاط التجارة الإلكترونية المرتبط بتوزيع منتجات التجارة الإلكترونية في الجزائر

3- جدول زمني لتحقيق اهداف Suplxy:

تعتمد فترة تحقيق اهداف المشروع على الاسابيع من (1 الى 7)

الاعمال	1	2	3	4	5	6	7
1 الدراسات والتحليل الاولي	+	+					
2 التخطيط والتصميم		+	+				
3 التطوير التقني للمنصة			+	+			
4 اختبار وتجهيز المنصة					+		
5 بناء شبكة المستخدمين والشركاء					+	+	
6 الاطلاق والتشغيل							+

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية لتطبيق Supplx

1- طبيعة الابتكارات :

يمكن تحديد الابتكارات المعتمدة في المشروع كما يلي:

- الابتكارات الجذرية:

لا يعتمد المشروع على ابتكار جذري كامل، لأنه لا يقدم تكنولوجيا جديدة كلياً على المستوى العالمي، وإنما يوظف تقنيات رقمية موجودة لحل مشكلة قائمة في السوق الجزائرية..

- ابتكارات السوق:

يُعد Supplx ابتكاراً سوقياً من خلال تقديم منصة رقمية متخصصة تربط بين تجار الجملة وممارسي التجارة الإلكترونية، وهو نموذج ما يزال محدود الانتشار في السوق الجزائرية ويستهدف شريحة محددة تعاني من صعوبة الوصول إلى المنتجات والموردين المناسبين.

- ابتكارات التكنولوجيا:

يعتمد المشروع على توظيف تكنولوجيا المنصات الرقمية وتطبيقات الهاتف الذكي وقواعد البيانات السحابية لتسهيل عمليات البحث والتواصل بين الأطراف التجارية وإدارة المعلومات بشكل أكثر كفاءة.

- الابتكارات المتزايدة:

يقدم المشروع تحسينات تدريجية على أساليب التوريد التقليدية من خلال رقمنة عمليات البحث عن المنتجات والموردين وتسهيل الوصول إليهم عبر منصة موحدة.

- عدم التأكد في السوق:

يوجد مستوى متوسط من عدم التأكد في السوق، ويرتبط بدرجة تقبل تجار الجملة وممارسي التجارة الإلكترونية لاستخدام منصة رقمية جديدة، إضافة إلى المنافسة المحتملة ووتيرة نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر

- عدم التأكد التكنولوجي:

يُعتبر عدم التأكد التكنولوجي منخفضاً إلى متوسط، نظراً لاعتماد المشروع على تقنيات وبرمجيات معروفة ومجربة بينما يمثل التحدي الرئيسي في ضمان الاداء الجيد للتطبيق وقابلية التوسع واستقرار النظام مع زيادة عدد المستخدمين.

2- مجالات الابتكار: تتمثل الجوانب الابتكارية في تطبيق Suplxy

- كون المشروع من أوائل المنصات في الجزائر التي تربط بين تجار الجملة وممارسي التجارة الإلكترونية.
- تقديم منصة رقمية متخصصة لتسهيل الوصول إلى المنتجات في مكان واحد.
- ابتكار طريقة جديدة لربط العرض والطلب في السوق التجاري بشكل مباشر وسريع.
- رقمنة عمليات البحث عن المنتجات والتواصل بين الأطراف التجارية بدل الطرق التقليدية.
- تمكين تجار الجملة من توسيع قاعدة زبائنهم عبر قنوات رقمية حديثة.
- دعم ممارسي التجارة الإلكترونية في اكتشاف فرص ومنتجات جديدة بسهولة أكبر.
- تحسين كفاءة العمليات التجارية وتقليل الوقت والجهد في عمليات التوريد والشراء

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

1- عرض القطاع السوقي لتطبيق Suplxy

سوق المحتمل هو مجموعة الأفراد والمؤسسات التي يمكن أن تطلب أو تستخدم خدمات منصة Suplxy لإشباع حاجاتها في توفير المنتجات وتسهيل عمليات البيع عبر التجارة الإلكترونية.

في مشروع Suplxy يتمثل السوق المحتمل في:

- تجار التجارة الإلكترونية (Dropshipping / بيع عبر الإنترنت)
 - أصحاب الصفحات والمتاجر الإلكترونية الصغيرة
 - تجار الجملة والموزعون
 - المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (PME)
 - الشباب الراغب في إنشاء مشاريع تجارة إلكترونية
- الامر الذي يحفزهم لاستخدام المنصة
- صعوبة إيجاد موردين موثوقين وسريعين
 - الحاجة لمنتجات متنوعة وبأسعار الجملة
 - رغبة في تقليل الوقت والجهد في البحث عن السلع
 - نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر

يتواجد عمالونا:

- داخل الجزائر (خاصة المدن الكبرى: الجزائر، وهران، قسنطينة، ورقلة)
 - على الإنترنت Facebook, Instagram, TikTok, مواقع البيع
 - مجموعات واتساب وتيليغرام الخاصة بالتجارة.
- **السوق المستهدف** هو مجموعة الأشخاص والمؤسسات الذين يتم تقديم أو عرض خدمات منصة Suplxy عليهم بشكل مباشر.

- ويتكون أساساً من:
- تجار التجارة الإلكترونية (أصحاب المتاجر الإلكترونية والصفحات)
- تجار الجملة والموزعين
- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- الشباب الراغب في دخول مجال التجارة الإلكترونية

- **مبررات اختيار هذا السوق:**

- تم اختيار هذا السوق للأسباب التالية:
- ارتفاع الطلب على المنتجات الموجهة للتجارة الإلكترونية
 - حاجة التجار الإلكترونيين إلى موردين موثوقين وسريعين
 - النمو المتسارع للتجارة الإلكترونية في الجزائر
 - ضعف تنظيم السوق التقليدي مما يخلق فرصة لمنصات رقمية مثل Suplxy
 - سهولة استهداف هذه الفئة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي
- يمكن لتطبيق Suplxy إبرام عقود واتفاقيات تعاون مع:**
- تجار الجملة لتزويد المنصة بالمنتجات بشكل دائم وبأسعار تفضيلية
 - تجار التجارة الإلكترونية لاعتماد المنصة كمصدر أساسي للمنتجات
 - المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتوفير احتياجاتها بشكل دوري

كما يمكن اعتماد:

- عقود توريد طويلة المدى

- اتفاقيات شراكة حسب حجم التعامل
- نظام امتيازات وتحفيزات حسب النشاط

2- قياس شدة المنافسة:

المنافسين في السوق الجزائرية حسب الحصة السوقية (تقديريًا) + نقاط القوة والضعف
ملاحظة: لا توجد إحصائيات رسمية دقيقة في الجزائر، لذلك الترتيب يعتمد على الانتشار والاستخدام الفعلي في التجارة الإلكترونية.

1-2 . فيسبوك + Facebook Marketplace المجموعات - أكبر حصة سوقية

أ. نقاط القوة

- أكبر قاعدة مستخدمين في الجزائر.
- مجاني وسهل الاستخدام.
- انتشار قوي جداً في البيع والشراء.
- تواصل مباشر وسريع بين الأطراف

ب. نقاط الضعف:

- غير متخصص في التجارة المنظمة.
- ضعف الثقة والمصداقية في بعض الحالات.
- غياب نظام إدارة منتجات أو معاملات.
- صعوبة البحث والتنظيم.

2-2 انستغرام - حصة سوقية كبيرة في التسويق التجاري

أ. نقاط القوة

- منصة قوية للتسويق البصري وعرض المنتجات
- يستخدم بكثرة من طرف المشاريع والمتاجر الإلكترونية
- سهولة الوصول إلى عدد كبير من العملاء
- يوفر أدوات إعلانية فعالة لاستهداف الفئات المناسبة
- إمكانية التفاعل المباشر مع العملاء عبر الرسائل والتعليقات

ب. نقاط الضعف

- غير مخصص لإدارة عمليات البيع والشراء بالجملة
 - صعوبة تنظيم الموردين والمنتجات داخل المنصة
 - لا يوفر نظاماً متكاملاً لإدارة الطلبات والمعاملات التجارية
 - البحث عن الموردين المناسبين يستغرق وقتاً وجهداً
 - الاعتماد الكبير على الثقة الشخصية بين الأطراف
- 3-2 واد كنيس – (Ouedkniss) حصة متوسطة وقوية في الإعلانات**

أ. نقاط القوة

- منصة معروفة وموثوقة نسبياً
- تنوع كبير في الإعلانات
- قاعدة مستخدمين واسعة في الجزائر

ب. نقاط الضعف

- منصة إعلانات وليست تجارة إلكترونية متخصصة
 - تجربة استخدام تقليدية
 - ضعف في ربط الاحتياجات التجارية بشكل احترافي.
- 4-2 TikTok التجارة عبر المحتوى) – حصة متنامية**

أ. نقاط القوة

- انتشار سريع جداً بين الشباب
- تأثير قوي على قرارات الشراء
- تسويق مجاني وسهل الوصول للجمهور

ب. نقاط الضعف

- غير مخصص للبيع المباشر
- غياب التنظيم والبحث
- يعتمد على المحتوى فقط وليس على نظام تجاري.

5-2 التجارة التقليدية (الأسواق والعلاقات المباشرة) – حصة كبيرة خارج الرقمنة

أ. نقاط القوة

- ثقة عالية في التعامل المباشر
- إمكانية معاينة المنتجات
- انتشار واسع في جميع الولايات

ب. نقاط الضعف

- غير رقمي
- يتطلب وقت وجهد كبير
- محدودية الوصول والتوسع

3- الاستراتيجيات التسويقية لتطبيق Suplxy

نعمند في تسويق تطبيق Suplxy على الاستراتيجيات التسويقية التالية:

❖ استراتيجية التسويق عبر المنصات الرقمية

يعتمند التطبيق على التواجد في المنصات الرقمية من خلال:

- انشاء صفحات رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي.
- نشر محتوى تعريفى حول خدمات التطبيق ومزاياه.
- مشاركة تجارب المستخدمين وقصص نجاح التجار.
- استخدام الاعلانات الممولة للوصول الى الفئة المستهدفة.

❖ استراتيجية جذب الموردين والتجار (استراتيجية المنصة الشائبة)

بما ان تطبيق Suplxy يعتمند على طرفين (تجار الجملة/ تجار التجار الالكترونية) يتم تطبيق:

- استقطاب الموردين عبر عرض مزايا الانضمام مثل توسيع قاعدة الزبائن وتقليل تكاليف التسويق.

- جذب التجار عبر توفير منتجات متنوعة، اسعار تنافسية، سهولة الطلب.

❖ استراتيجية التسويق بالمحتوى

تتمثل في تقديم محتوى ذو قيمة مثل:

- نصائح للتجار حول ادارة المخزون والشراء.
- مقالات وفيديوهات توضح كيفية استعمال التطبيق.
- معلومات حول التجارة الالكترونية والتحول الرقمي.

❖ استراتيجية تحسين تجربة المستخدم

- تصميم تطبيق سهل الاستخدام.
- تبسيط عملية التسجيل والطلب والدفع.
- توفير خدمة دعم ومتابعة للمستخدمين.

❖ استراتيجية بناء الثقة والولاء

عبر :

- نظام تقييم الموردين والمنتجات.
- برامج مكافآت او عروض خاصة للمستخدمين الدائمين.
- تقديم خدمات مميزة للمشاركين.

❖ استراتيجية التسويق بالعلاقات (Marketing Relationship)

تهدف الى بناء علاقة طويلة المدى مع العملاء من خلال:

- التواصل المستمر مع التجار والموردين.
- جمع الملاحظات وتحسين التطبيق.
- تخصيص العروض حسب احتياجات المستخدمين.

❖ استراتيجية الشراكات:

من خلال التعاون مع:

- الموردين المحليين.
- شركات التوصيل.
- مؤسسات دعم المشاريع الناشئة.
- الفاعلين في مجال التجارة.

1- الاقتناء:

أ. تحديد سياسة اقتناء الموارد التقنية والخدمات الرقمية:

ب. يعتمد Suplxy على سياسة اقتناء مرنة تقوم على:

- اقتناء الخدمات التقنية الضرورية فقط لتشغيل التطبيق (استضافة، تطوير، صيانة)
- الاعتماد على حلول رقمية جاهزة أو تطوير داخلي لتقليل التكاليف.
- التحديث المستمر للتطبيق حسب حاجيات المستخدمين دون استثمارات مادية كبيرة .

اهم الموردین (مزودى الخدمات)

في Suplxy ، الموردون هم مزودو الخدمات الرقمية، وأهمهم:

- شركات تطوير البرمجيات والتطبيقات.
- مزودو خدمات الاستضافة السحابية.(Cloud Hosting)
- مزودو قواعد البيانات والتخزين الرقمي.
- مزودو خدمات الدفع الإلكتروني (عند اعتماد الدفع داخل المنصة).
- خدمات الدعم التقني والصيانة.

ج. سياسة الدفع:

- الدفع يتم غالباً على شكل اشتراك شهري أو سنوي مقابل استخدام المنصة.
- يتم الدفع إلكترونياً عبر وسائل الدفع المتاحة (بطاقات، تحويلات، محافظ إلكترونية إن توفرت).
- إمكانية تقديم فترة تجريبية مجانية لجذب المستخدمين في البداية.
- الدفع يكون مسبقاً أو بنظام اشتراك قبل الاستفادة من الخدمات.

د. وقت (تنفيذ الخدمة):

- الخدمة رقمية وفورية، أي أن الاستفادة من التطبيق تتم مباشرة بعد التسجيل أو تفعيل الاشتراك.
- تحديثات المنصة أو الميزات الجديدة يتم توفيرها بشكل دوري ومستمر دون انتظار طويل.
- الدعم التقني أو معالجة المشاكل يتم خلال مدة قصيرة حسب نظام الاستجابة داخل التطبيق.

3. اليد العاملة في تطبيق Suplxy

أ. عدد المناصب:

يعتبر مشروع Suplxy مشروعاً رقمياً، لذلك لا يحتاج إلى عدد كبير من العمال في البداية، ويمكن تقدير المناصب كالتالي:

- مطور تطبيقات (1 إلى 2)
 - مصمم واجهة وتجربة المستخدم (1)
 - مسؤول إدارة المنصة والمحتوى (1)
 - مسؤول تسويق رقمي (1)
 - دعم تقني وخدمة الزبائن (1 إلى 2)
- ما يقارب 5 إلى 7 مناصب مباشرة في المرحلة الأولى، مع إمكانية الزيادة حسب توسع المشروع.

ب. طبيعة ونوعية اليد العاملة وإمكانية تواجدها

- اليد العاملة ذات طبيعة رقمية وتقنية (تطوير، تصميم، تسويق رقمي، إدارة منصات).
- تتطلب مهارات في:
- البرمجة وتطوير التطبيقات
- التسويق الرقمي
- إدارة المحتوى وخدمة الزبائن
- هذه الكفاءات متوفرة في الجزائر خصوصاً لدى الشباب والخريجين في مجالات الإعلام الآلي والتسويق الرقمي.

يمكن أيضاً الاستعانة بعمل حر (Freelance) حسب الحاجة.

ج. إمكانية اللجوء إلى المناولة (Outsourcing)

يمكن اللجوء إلى المناولة في عدة جوانب مثل:

- تطوير التطبيق في المراحل الأولى
- التصميم الجرافيكي
- التسويق الرقمي وإدارة الحملات الاعلانية

- خدمات الاستضافة والصيانة التقنية

4. الشركات الرئيسية لتطبيق Supplyx

تتمثل الشركات الرئيسية في مختلف الأطراف التي يمكن أن تساهم في إنجاز مشروع Supplyx وتطويره، سواء من خلال الدعم أو التكامل أو تقديم خدمات مساندة. وتشمل هذه الشركات:

- **تجار الجملة والموردون:** تزويد المنصة بالمنتجات وتوفير تنوع في العرض بأسعار تنافسية.
- **تجار التجارة الإلكترونية:** شركاء أساسيون في استخدام المنصة وتوسيع قاعدة العملاء.
- **البنوك والمؤسسات المالية:** تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني وتمويل النشاطات.
- **الحاضنات ومسرعات الأعمال:** دعم المشروع من حيث التوجيه، التكوين، والمرافقة.
- **الهيئات العمومية:** مثل الوكالات الداعمة للمشاريع الناشئة (الدعم، التمويل، التكوين).
- **شركات الخدمات اللوجستية والتوصيل:** ضمان توصيل المنتجات في وقت مناسب وجودة عالية.
- **مزودو الخدمات التقنية:** تطوير وصيانة التطبيق والمنصة الرقمية.

المحور الخامس: الخطة المالية لتطبيق Supplyx

1. التكاليف والاعباء:

أ. **تكاليف Supplyx والاستثمارات المطلوبة:** تتمثل الاستثمارات المطلوبة لإطلاق التطبيق في مجموعة من التكاليف المتعلقة بتطوير المنصة وتجهيزها وضمان سير نشاطها:

نوع الاستثمار	التكلفة التقديرية (دج)
تطوير وبرمجة التطبيق	1500000
تصميم الواجهة والهوية البصرية	100000
انشاء الموقع الالكتروني وربطه بالتطبيق	250000
تجهيزات الاعلام الالي ومعدات العمل	300000
التسجيلات والاجراءات القانونية	100000
اطلاق الحملات التسويقية الاولى	500000
اجمالي الاستثمارات المطلوبة	2750000

الاعباء التشغيلية السنوية:

نوع المصروف	التكلفة السنوية (دج)
استضافة وصيانة التطبيق	240000
التسويق والاعلانات الرقمية	600000
اجور الفريق	1800000
مصاريف ادارية واتصالات	300000
تطوير وتحسين الخدمات	400000
المجموع	3340000

ب. طرق ومصادر الحصول على التمويل لتطبيق Supplyx

سيتم تمويل مشروع Supplyx من خلال عدة مصادر:

- التمويل الذاتي: مساهمة صاحب المشروع في تغطية جزء من تكاليف الانطلاق.
- برامج دعم المؤسسات الناشئة: الاستفادة من الهيئات وبرامج تمويل الابتكار.
- الحاضنات ومسرعات الاعمال: الحصول على الدعم التقني والمالي والمرافقة.
- المستثمرون: البحث عن مستثمرين مهتمين بالمشاريع الرقمية.
- اعادة استثمار الارباح: تخصيص جزء من الارباح لتطوير التطبيق وتوسيعه.

ج. كيفية استرداد الاموال (جدول العوائد):

يتم استرجاع تكاليف الاستثمار من خلال مداخيل الاشتراكات والعمولات

السنة	رقم الاعمال (دج)	التكاليف (دج)	الربح المتوقع (دج)
N+1	3000000	3340000	-340000
N+2	9000000	5000000	4000000
N+3	18000000	8000000	10000000

- السنة الاولى يظهر فيها عجز اولي بسبب تكاليف الاطلاق والتسويق وبناء المنصة.
- بداية من السنة الثانية يتحقق الربح الصافي نتيجة نمو عدد المستخدمين والتجارة.

- النمو يعتمد على التوسع في السوق واعتماد نموذج الاشتراك والعمولات.

2. رقم الاعمال:

البيان	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
عدد التجار	-	-	-	500	1500	3000	6000	10000
سعر الاشتراك	-	-	-	5000	5000	5000	5000	5000
مداخيل الاشتراكات	-	-	-	2500000	7500000	15000000	30000000	50000000
عمولات المعاملات التجارية	-	-	-	500000	1500000	3000000	6000000	10000000
رقم الاعمال الاجمالي	-	-	-	3000000	9000000	18000000	36000000	60000000

- تم اعتماد سيناريو نمو تدريجي حسب توسع قاعدة المستخدمين وانتشار المنصة.
- حيث ان سعر الاشتراك المعمول به في الجدول هو DA5000 لسنة كاملة.

1.2 جدول رقم الاعمال المتوقع السيناريو التفاوضي:

البيان	السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4	السنة 5
عدد التجار المشتركين في المنصة	1000	3000	7000	12000	20000
سعر الاشتراك السنوي المتوسط (دج)	5000	5000	5000	5000	5000
رقم الاعمال من الاشتراكات (دج)	5000000	15000000	35000000	60000000	100000000
العمولات على المعاملات التجارية (دج)	1000000	4000000	10000000	20000000	35000000
اجمالي رقم الاعمال (دج)	6000000	19000000	45000000	80000000	135000000

- يعتمد السيناريو التفاوضي على توسع سريع في قاعدة المستخدمين، زيادة الثقة بالمنصة، وتطور التجارة الالكترونية.

2.2 جدول رقم الاعمال المتوقع لتطبيق Supplyx سيناريو تشاؤمي:

البيان	السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4	السنة 5
عدد التجار المشتركين في المنصة	50	120	250	400	600
سعر الاشتراك السنوي المتوسط (دج)	5000	5000	5000	5000	5000

المنصة الالكترونية SUPPLXY للتجارة الالكترونية

3000000	2000000	1250000	600000	250000	رقم الاعمال من الاشتراكات (دج)
7000000	4000000	2000000	800000	300000	العمولات على المعاملات التجارية(دج)
10000000	6000000	3250000	1400000	550000	اجمالي رقم الاعمال(دج)

الاشتراكات منخفضة لأن السعر التحفيزي في السوق ضعيف.

النمو يبقى تدريجي في عدد التجار

3- جدول حسابات النتائج:

(خاص بخدمة رقمية Suplxy)

السنة	رقم الاعمال (CA)	الاعباء التشغيلية	النتيجة الصافية
السنة 1	3000000	3340000	-34000
السنة 2	9000000	5000000	4000000
السنة 3	18000000	8000000	10000000
السنة 4	36000000	14000000	22000000
السنة 5	60000000	25000000	35000000

مكونات الاعباء في Supply

- تطوير وصيانة المنصة (Développement & maintenance)
- الاستضافة والسيرفرات (Hosting / Cloud)
- التسويق الرقمي (Marketing digital)
- الأجور (Équipe technique & commerciale)
- خدمات الدفع الإلكتروني (frais transaction)
- مصاريف إدارية

حساب احتياجات راس المال العامل BFR

نظرا لطبيعة المشروع الرقمية (لا يتطلب مخزونا ولا يسجل ديون على الزبائن) واعتماد الدفع المسبق ، فان احتياجات راس المال العامل تعتبر شبه معدومة

4- جدول الخزينة

يعتمد على الدفع المسبق+مصاريف التشغيل

السنة	المداخيل	المصاريف	الرصيد
السنة 1	3000000	3340000	-340000
السنة 2	9000000	5000000	3660000
السنة 3	18000000	8000000	13660000
السنة 4	36000000	14000000	35660000
السنة 5	60000000	25000000	70660000

يبيّن جدول الخزينة الخاص بمشروع Supplyx ان السنة الاولى تسجل عجزا بسيطا في الرصيد نتيجة

ارتفاع المصاريف المرتبطة بمرحلة الاطلاق والتسويق وبناء المنصة الرقمية.

ابتداءا من السنة الثانية، يتحول التدفق النقدي الى ايجابي، حيث تسمح زيادة رقم الاعمال بتغطية

التكاليف وتحقيق فوائض مالية متنامية.

كما يوضح الرصيد تطورا تصاعديا مستمرا، يعكس قدرة المشروع على تحقيق التوازن المالي على المدى

المتوسط، واسترجاع العجز الاولى خلال سنوات النشاط الاولى.



Université de Ghardaïa
Faculté des Sciences Economiques
Commerciales et des Sciences
de Gestion

جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية
والتجارية وعلوم التسيير

قسم : العلوم الاقتصادية

شعبة: العلوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد نقدي ومالي

غرداية في : 2026/06/21

شهادة ترخيص بالتصحيح والاياداع:

انا الاستاذ : حمزة عمي سعيد

بصفتي المشرف المسؤول عن تصحيح مذكرة تخرج (ماستر) المعنونة ب:

المنصة الالكترونية Supplyx للتجارة الالكترونية

من انجاز الطالبة:

بوحادة خديجة

التي نوقشت / قُيِّمَتْ بتاريخ : 17 جوان 2026

اشهد ان الطالبة قد قامت بالتعديلات والتصحيحات المطلوبة من طرف لجنة المناقشة وقد تم التحقق من ذلك من طرفنا
وقد استوفت جميع الشروط المطلوبة .



امضاء المسؤول عن التصحيح

د. عمي سعيد حمزة
استاذ محاضر في الاقتصاد
جامعة غرداية
الهاتف: 06 57 15.54 64